

Internationalisiertes Management

VTÖ bietet zertifiziertes Trainingsmodul „Incubation Manager“ ab Herbst auch im Ausland an.

Sonja Gerstl

Eine gute Idee zu haben, bedeutet noch lange nicht, damit auch automatisch auf dem Markt erfolgreich zu sein. Das ist eine bittere Erfahrung, die Start-ups und technologieorientierten Jungunternehmen, aber auch „konventionellen“ Klein- und mittleren Unternehmen (KMU) oftmals leider nicht erspart bleibt. Wolfgang Rupp, Vorsitzender des Verbands der Technologiezentren Österreichs (VTÖ), betont: „Geschäftsideen müssen gecoach werden. Zeit- und auch Geldmangel sowie manchmal ebenfalls fehlende Erfahrung bedingen den Einsatz von speziellen Coachs.“

Der VTÖ hat deshalb bereits vor geraumer Zeit ein spezielles, exakt auf die Bedürfnisse seiner Mitglieder zugeschnittenes Weiterbildungsmodul ins Leben gerufen: den sogenannten „Incubation Manager“. Ein Incubation Manager ist ein Prozesscoach, der nicht nur bereits bestehenden Unternehmern hilfreich zur Seite steht, sondern auch Entrepreneuren, die im Begriff sind, ihr Business aufzubauen. „Innovationsprozesse sind immer mit Risiken behaftet“, erklärt Rupp. „Der Incubation Manager kennt diese Risiken, kann den Wert und die Sinnhaftigkeit einer Innovation – mithilfe sei-

nes Know-hows und seiner Instrumente – beurteilen und hilft so, als Prozesscoach Fehlentwicklungen zu vermeiden.“

35 österreichische Technologie- und „A plus B“-Zentrumsmanager haben das Seminar mittlerweile erfolgreich absolviert, nun zündet man beim VTÖ die nächste Stufe: Das Trainingsmodul wurde im Rahmen des Leonardo-da-Vinci-Programms internationalisiert und steht ab Herbst auch Interessierten aus dem benachbarten Ausland zur Verfügung. „Der Incubation Manager ist der erste international akzeptierte Ausbildungskurs seines Inhaltes, der den strengen Qualitätsregeln der ECQA, also der European Certification and Qualification Association, entspricht“, freut sich Rupp über diese Auszeichnung. In der ersten Phase steht das Ausbildungsprogramm in den Ländern Ungarn, Tschechien und Slowakei zur Verfügung. Die Wissensvermittlung wird via Onlinelearning sowie einem neuntägigen Seminar erfolgen. 24 Trainer aus diesen Staaten nehmen an diesem Kurs teil.

Europäisches Jobprofil

Diese haben dabei in Summe sieben Module positiv zu absolvieren. Nach Abschluss des sogenannten „Incuba-Train“ können angehende



Start-ups haben in der Anfangsphase schwierige Zeiten zu durchleben. Ein professioneller Coach hilft, Hürden zu überwinden. Foto: Photos.com

Incubation Manager ihr gelerntes Know-how in einem Selbsttest online auf der ECQA-Plattform überprüfen und eine Multiple-Choice-Questions-Prüfung ablegen. „Der Incubation Manager stellt ein neues europäisches Jobprofil dar, das zertifizierte Training basiert auf dem European Qualification Framework. Interessierte haben die Möglichkeit, sich zudem selbst als Trainer in diesem Fachgebiet registrieren zu lassen“, hebt Rupp hervor. Die Erwartungen, die man seitens des

VTÖ in dieses nunmehr auf europäischer Ebene zertifizierte Ausbildungsprogramm steckt, sind hoch. „Wir wollen den Entwicklungsprozess von KMU und Start-ups gezielt fördern. Ein Incubation Manager erkennt Innovationen und weiß diese in weiterer Folge auch kommerziell erfolgreich umzusetzen. Mit seiner Hilfe lassen sich unternehmerische Hürden überwinden“, erklärt Rupp.

www.vto.at
www.incubatraining.eu

1999 11 Jahre **economyaustria.at** **2010**

Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria.at finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Christian Stenberger und Sonja Gerstl

Software nach Maß

Immer mehr Unternehmen ersetzen bestehende IT-Lösungen durch moderne, agilere Enterprise-Resource-Planning-Software. IDS Scheer bietet ein Gesamtpaket für eine schnelle Umsetzung bei der Geschäftsprozessoptimierung, das zudem mit Branchen-Know-how aufwarten kann.

Sonja Gerstl

Konjunkturschwankungen, steigender Wettbewerb und zunehmende Marktunsicherheiten haben sogenannten ERP-Systemen (Enterprise Resource Planning) in den vergangenen Jahren ungeahnte Höhenflüge beschert. Schließlich will in Krisenzeiten wie diesen jedes Unternehmen seine Geschäftsprozesse so schlank und effizient wie möglich gestalten. Genau das verspricht ERP. Was viele allerdings nicht bedenken: Allein mit der Implementierung dieser Software ist es bei Weitem nicht getan.

Vielmehr werden umfassende, auf den betriebswirtschaftlichen Nutzen fokussierte IT-Einführungen zur Optimierung der Geschäftsprozesse benötigt. Nur dadurch lassen sich auch in einem schwierigen Marktumfeld Wettbewerbsvorteile realisieren und forcieren.

Maßgeschneiderte Lösungen

Marc Viotor, Leader Process-Driven SAP DACH und Industry Performance Ready bei IDS Scheer: „Viele Unternehmen sind über Jahre hinweg gewachsen, haben internationale Niederlassungen auf- und ausgebaut und stoßen jetzt mit ihren IT-Systemen an Leistungsgrenzen beziehungsweise sind gezwungen zu konsolidieren.“

Expertenwissen und entsprechende Beratung sind in einer derartigen Situation gefragt denn je. „Um die notwendige Transparenz und Optimierung zu erreichen, müssen Unternehmen drei Prozessstypen unter die Lupe nehmen: erstens die von der Organisationsabteilung dokumentierten Prozesse, zweitens die von der IT-Abteilung implementierten Prozesse und drittens die in den Fachabteilungen ausgeführten Prozesse“, erklärt Viotor. Basierend auf vielen über Jahre erfolgreich



Blindlings ihrer IT zu folgen, kann Unternehmen teuer zu stehen kommen. Branchenspezifische Lösungen, die Platz für individuelle Adaptierungen lassen, sorgen für schlanke, effiziente Geschäftsprozesse. Foto: Photos.com

eingesetzten Analysen und Maßnahmen, entwickelte IDS Scheer ein neues Dienstleistungsprodukt: Industry Performance Ready stellt branchenspezifisch die passenden Instrumente für effiziente Prozesse zur Verfügung und verbindet somit Software für das Prozessmanagement mit dem Know-how von branchenspezifischen Prozessszenarien. Vereinfacht

ausgedrückt: „IT follows business“ lautet die Marschroute bei der Modernisierung von IT-Landschaften.

„In Industry Performance Ready steckt die Erfahrung Tausender Unternehmen“, betont Viotor. Und so ist die Komplettlösung aufgebaut: Mithilfe von Aris wird ein unternehmensspezifisches Modell der betrieblichen Abläufe erstellt. Dieses dient als verbindliche Vorgabe für

die Konfiguration der SAP-ERP-Lösung. Das ERP-System ist flexibel erweiterbar und individuell an Unternehmen aller Größen und Branchen anpassbar. Es eignet sich

„In diesem Produkt steckt die Erfahrung Tausender Unternehmen.“

MARC VIOTOR,
IDS SCHEER

für den Einsatz an mehreren Standorten und in Unternehmensbereichen sowie bei Tochtergesellschaften mit unterschiedlichen Rechtsformen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Durch die Vorkonfiguration der ERP-Software verkürzt sich die Implementierung des Systems. Das senkt die Kosten gewaltig.

Vor allem das branchentypische Wissen sowie die direkt passenden, vorkonfigurierten Abläufe zeichnen diese Lösung aus. Zu den abgedeckten Bereichen gehören dabei sowohl Prozesse aus dem Finanz- und Rechnungswesen als auch Prozesse in der Fertigung, der Lagerhaltung

und dem Vertrieb. Durch die einheitlichen Standards lassen sich zudem Unternehmen bedienen, die Prozesse aus verschiedenen Branchen einsetzen müssen – etwa ein Maschinenbauer, der zugleich seine Produkte an Baumärkte liefert.

Einzigartiges Konzept

„Diese Flexibilität und das umfassende Konzept sind auf dem Markt einzigartig und bieten unseren Kunden die ideale Umgebung für ganzheitliches Business Process Management“, zeigt sich Viotor von der Qualität von Industry Performance Ready überzeugt. Aktuell sind die Branchepakete mit Prozess-Know-how für die chemische Industrie, die Konsumgüterindustrie, die diskrete Fertigung, für Logistikdienstleister, die metallverarbeitende Industrie, die pharmazeutische Industrie, die Versorgungswirtschaft und für den Einzelhandel verfügbar.

www.ids-scheer.at

Den Druck im Griff

Noch nie wurde in Klein- und Mittelbetrieben so viel kopiert und gedruckt wie heute. Das Sparpotenzial in diesem Bereich ist enorm. Zudem wird es immer wichtiger, interne Kostenwahrheit herzustellen – durchdachte Accountinglösungen helfen dabei.

Christian Stemberger

Die Zeiten, als Drucker simple Ausgabegeräte waren, sind vorbei. Die Multifunktionssysteme (MFP) können immer mehr, und sie verwachsen immer stärker mit dem Unternehmensnetzwerk. Häufig stellen sie den ersten und letzten Punkt dar, den ein Dokument im Unternehmensworkflow durchläuft – am Anfang bei der Digitalisierung und dann wieder bei der endgültigen Ausgabe auf Papier. Das erfordert gut geplante Gesamtlösungen.

So ein umfassender Ansatz beinhaltet unter anderem ein Abrechnungssystem, automatisiertes Reporting und Sicherheitsvorkehrungen. In Österreich startete die SCA, einer der größten europäischen Papier- und Verpackungsproduzenten, ein Pilotprojekt für

eine Accountinglösung, das nach und nach auf weitere Länder ausgerollt werden soll. Ziel war, alle Druck- und Kopierkosten automatisiert Mitarbeitern und Kostenstellen zuzuordnen, um sie intern einfach weiterverrechnen zu können.

Automatische Reports

Nun werden bei SCA alle Druckaufträge intern seitengenau abgerechnet. Der Mitarbeiter muss sich über seine Karte authentifizieren und eine Kostenstelle angeben. Dazu werden weitere Informationen gesammelt werden, wie etwa die Anzahl der Schwarz-Weiß- oder Farbdrucke, die Größe der Dokumente und ob diese ein- oder zweiseitig bedruckt werden. Auf Basis dieser Informationen werden automatisch monatliche Reports erstellt. Das bedeutet eine wesentliche Zeit-



Ein Ausdruck kostet zwar nur wenige Cent, in ihrer Summe stellen die Papierberge aber einen beachtlichen Kostenfaktor dar. Foto: Photos.com

ersparnis gegenüber den früheren händischen Auswertungen.

Damit vertrauliche Informationen nicht in unbefugte Hände gelangen, werden eingescannte Dokumente ausschließlich an die persönliche Mailbox des angemeldeten Benutzers gesendet. Dadurch besteht eine vollständige Kontrolle

über die ausgehenden Scans. Alle Vorgänge im MFP werden dabei aufgezeichnet und können nachverfolgt werden. So wird mit der Lösung von Konica Minolta nicht nur kaufmännischen, sondern auch sicherheitstechnischen Überlegungen Rechnung getragen.

www.konicaminolta.at

Buchhaltung kann spannend sein

Die oberösterreichische AVE reduziert ihre Kosten mit einer automatisierten Rechnungsprüfung.

Eingangsbuchprüfung – bei diesem Thema verbirgt so manche Hand rasch ein aufkommendes Gähnen. Wer aber das Einsparungspotenzial kennenlernt, dessen Langeweile legt sich rasch.

Das Entsorgungsunternehmen AVE erkannte die Nachteile der althergebrachten Methode und beauftragte den Enterprise-Content-Management-Spezialisten SER mit einer Lösung, bei der die Eingangsbuchrechnungen zentral gescannt und in den automatisierten Prüfprozess gespeist werden. Markus D. Hartbauer, Chief Solutions Architect bei SER, beziffert die Kosten für die manuelle Abwicklung einer Rechnung mit zumindest zehn bis etwa

15 Euro und das Einsparungspotenzial – abhängig vom Rechnungstyp – mit teilweise mehr als 90 Prozent.

Pro Jahr langen bei der AVE an die 45.000 Lieferanten-Eingangsbuchrechnungen ein. Diese Rechnungen kommen von mehreren Tausend Lieferanten, die alle unterschiedliche Rechnungsformulare verwenden. Abhängig von der Beleggruppe können zwischen 80 und 95 Prozent maschinell eingelesen werden.

Versäumnisse

Werden Rechnungen in Papierform durch die Abteilungen gereicht, sind sie einer zentralen Kontrolle entzogen. SER geht davon aus, dass in den Unternehmen bei

zwei Drittel aller Rechnungen die Skontofrist übersehen wird. Und dazu kann die Vorsteuer geltend gemacht werden, wenn die Rechnung einlangt. Davon muss die Buchhaltung aber erst Kenntnis haben. Weitere Einsparungen bringt die Entlastung der Buchhalter bei einfachen Tätigkeiten.

Seit Ende 2009 sind die Rechnungen in der AVE digitalisiert, damit hat die Buchhaltung den Prozess fest im Griff. Ein Cockpit visuali-

siert den Status jeder Rechnung. Sachbearbeiter ohne SAP-Zugriff werden via E-Mail angebunden und

gewarnt, wenn sie bei der Bearbeitung säumig sind. Die automatische Rechnungsprüfung ist eine hochstandardisierte und für den Mittelstand finanzierbare Lösung. Sie rechnet sich ab etwa 20.000 Rechnungen jährlich und eignet sich als erster Schritt zum unternehmensweiten Content Management. www.ser.at

„Das Bearbeiten einer Eingangsbuchrechnung kostet bis zu 15 Euro – entsprechend groß ist das Sparpotenzial.“

MARKUS HARTBAUER,
SER

www.ser.at

Einfach auslagern

Beim Zusammenschluss von Unternehmen kommt der Homogenisierung der Informations- und Kommunikationstechnologie eine zentrale Bedeutung zu. Outsourcing hilft, diese komplexe Situation zu bewältigen, und reduziert zudem die Kosten.

Christian Stemberger

Mit mehreren Standorten in Österreich und Niederlassungen in Mexiko, Spanien und Italien ist Kioto Clear Energy weltweit eine der am schnellsten wachsenden Unternehmensgruppen im Bereich der erneuerbaren Energien. So erfreulich das starke Wachstum von Kioto auch sein mag, es führte ebenfalls zu einer inhomogenen IT-Landschaft der Gruppe.

Diese sollte mittelfristig konsolidiert werden, einerseits um die Infrastrukturkosten zu reduzieren, andererseits um die Transparenz im Unternehmen über die verschiedenen Geschäftsbereiche und Standorte hinweg sicherzustellen. Dazu wurde die gruppenweite Vereinheitlichung des Warenwirtschaftssystems angestrebt. Erst die Homogenisierung der eingesetzten Informations- und Kommunikationstechnologie ermöglicht die Umsetzung der unternehmensweiten Strategie und die Steuerung und Überwachung der verschiedenen Bereiche der Geschäftstätigkeit wie etwa des Vertriebs.

Zauberformel Skalierbarkeit

Da die Fusionierung von IT-Systemen zusätzliche Komplexität bedeutet, entschied sich Kioto für die Auslagerung weiterer Bereiche der IT an einen Dienstleister. Christian Bauer, Marketingleiter bei Telekom Austria, sieht bei Unternehmenszusammenschlüssen einen deutlichen Trend zum Outsourcing: „Diese Situation, in der ohnehin große Veränderungen anstehen, nutzen viele Unternehmen, um über neue Wege nachzudenken.“

Die Krise hat diesen Trend ebenso forciert, denn alle spüren den Kostendruck. Laut Bauer ist es aber gerade die gebotene Flexibilität, die Outsourcing für den Mittelstand so



Die Kioto Gruppe will einen namhaften Anteil der Energieversorgung auf Kraft und Wärme der Sonne umstellen. Beim Betrieb seiner IT vertraut das Hightech-Unternehmen auf einen Dienstleister. Foto: Bilderbox.com

interessant macht: „Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen die Unternehmen auf Marktveränderungen rasch reagieren können.“ Sowohl was die Anzahl der Arbeitsplätze als auch die Bandbreite oder die Rechenleistung der Server betrifft, ist die Skalierbarkeit der IT in den letzten Jahren zu einer Zauberformel geworden. Die Fähigkeit, diese Ressourcen kurzfristig zu vertretbaren Kosten zur Verfügung stellen zu können, macht IT-Anbieter wie Telekom Austria als Outsourcingpartner attraktiv.

Zudem nimmt die Komplexität der IT immer weiter zu, etwa durch die Servervirtualisierung. Selbst scheinbar so triviale Themen wie Windows 7 sind mit einem hohen Aufwand verbunden, da sich die Einführung eines neuen Be-

triebssystems auf viele andere Bereiche der IT-Landschaft auswirkt. Und diese Modernisierungsschritte kommen in regelmäßigen Abständen auf die Unternehmen zu. „Wenn der Kunde das selbst macht“, betont

„Gehostete Services funktionieren nur gut, wenn das Datennetz perfekt auf sie abgestimmt ist.“

CHRISTIAN BAUER,
TELEKOM AUSTRIA

Bauer, „muss er dafür Kompetenz aufbauen, ohne dass dem ein Nutzen gegenübersteht. Denn vom Wettbewerb kann er sich so nicht absetzen.“ Lagert er aber die Informationstechnologie aus, so befindet sich diese immer auf der Höhe der Zeit, und er kann sich gleichzeitig auf seine Kernkompetenzen konzentrieren.

Kioto entschied sich für den Weg der selektiven Auslagerung. Neben den Office-Applikationen und E-Mail läuft die Warenwirtschaftssoftware im Rechenzentrum von Telekom Austria. Die Anwendungen, die zur Kernkompetenz von Kioto gehören,

wie CAD, Bildbearbeitung und die Spezialsoftware für Produktionslinien, verblieben im Haus.

Ein Ansprechpartner

Telekom Austria tritt als Komplettanbieter auf, der seine Outsourcingdienstleistungen vom Sprach- und Datennetz über Desktops bis hin zum Rechenzentrum spannt. „Damit können wir eine in sich abgestimmte Lösung anbieten. Der Kunde hat einen Ansprechpartner, anstatt mehrere Dienstleister managen zu müssen“, resümiert Bauer. Er sieht einen ungebremsten Auslagerungstrend, der nächste treibende Faktor macht sich bemerkbar: „Nun kommt das Thema Mobilität auf die Unternehmen zu. Auch das lässt sich mit Outsourcing leichter bewältigen.“ Heute liegt der Bedarf noch beim Infrastruktur-outsourcing, künftig wird das Betreiben der Applikationen in der Wolke, auch bekannt als Software as a Service, an Bedeutung gewinnen.

www.telekom.at

Elektronische Geldbörse

Unternehmen profitieren beim Bezahlen mit dem Handy durch Einsparungen in der Verwaltung.

Christian Stemberger

Mit Paybox existiert in Österreich ein offener Standard für das mobile Bezahlen, den die mehr als vier Mio. Vertragskunden der großen Mobilfunker sofort und ohne Anmeldung nützen können.

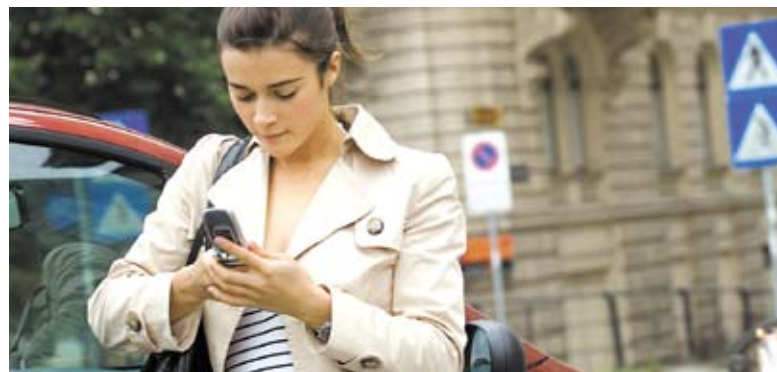
„Unser betreiberübergreifender Bezahlstandard nützt allen Beteiligten“, sagt Jochen Punzet, CEO der Mobilkom-Tochter Paybox. Denn die große Anzahl der potenziellen Nutzer macht Handy-Payment für den Handel attraktiv, und so kann heute schon bei mehr als 6000 Akzeptanzstellen bezahlt werden. Paybox Austria hat über 700.000 Kunden, die jährlich rund 5,5 Mio. Zahlungen per Handy durchführen.

Auch in den Unternehmen erfreut sich Handy-Payment zunehmender Beliebtheit. Knapp 19.000 Mitarbeiter aus über 2000 Unter-

nehmen setzen die bargeldlose Lösung ein, um Parkscheine, Taxirechnungen oder die Maut zu bezahlen. Auch Bahntickets und Fahrscheine im Nahverkehr begleichen die Unternehmenskunden häufig per Handy. Die Mitarbeiter ersparen sich dabei die mühsame Abrechnung von Kleinstbeträgen und müssen die Rechnungssumme auch nicht dem Arbeitgeber vorschießen.

Automatische Verbuchung

Auf der Unternehmensseite reduziert die automatisierte Spesenabrechnung den Verwaltungsaufwand um bis zu 50 Prozent, da Kleinstrechnungen nicht mehr manuell geprüft und separat freigegeben werden müssen. Die Rechnungsdaten werden monatlich per Sammelrechnung übermittelt, direkt in SAP geladen und die einzelnen Posten den entsprechenden Kostenstellen und



Unterwegs zum Geschäftstermin wird das Kurzparkticket einfach mit dem Handy gelöst – der Umweg zur Trafik kann entfallen. Foto: Paybox.at

Mitarbeitern zugeordnet. Durch die Automatisierung werden Bearbeitungsfehler und der Verlust von Belegen vermieden.

Und das Unternehmen kann die Mitarbeiter gezielt freischalten und so festlegen, wer etwa mit Business-Paybox im Taxi bezahlen

oder Handyparken nutzen darf. Da das große Sparpotenzial durch die Automatisierung der Verwaltungsabläufe zunehmend erkannt wird, rechnet Punzet damit, dass Paybox auch in Zukunft bei den Businesskunden kräftig zulegen wird.

www.paybox.at

Ein gelungener Abend

Mit Onlinebuchung steigern Veranstalter die Kundenzufriedenheit und verbessern die Auslastung.

Die Seefestspiele Mörbisch präsentieren heuer erstmals den *Zarewitsch* von Franz Lehár. Keine Premiere, sondern über Jahre bewährte Dienste bietet die Website der Festspiele: Infos von der Anreise bis zur Wetterprognose.

So finden Operettenliebhaber alles, was sie für einen gelungenen Abend wissen müssen. In wenigen Minuten stellen sie fest, ob noch Karten verfügbar sind, suchen Sitzplätze aus und bezahlen online über die Qenta-Bezahlplattform.

Internationale Gäste

Ob Kultur oder Sport – immer mehr Veranstalter erkennen die Möglichkeiten des Internets. Im Kulturbereich ist die Website für Veranstaltungen mit internationalem Publikum von Bedeutung. Die



Noch vor dem Operettenerlebnis kommt das Buchungserlebnis – die Gäste suchen sich im Internet die schönsten Sitzplätze aus. Foto: Lichtstark.com

Seefestspiele Mörbisch etwa empfangen ihre Gäste in neun Sprachen. Genauso international sind die Zahlungsmittel: Amex, Diners, Visa und Mastercard. Auch die Qenta-Bezahlplattform punktet mit Internationa-

lität – sie spricht 27 Sprachen. Auf ihr wird der Kaufpreis automatisch von der Kreditkarte abgebucht. Das bedeutet eine große Zeitersparnis für das Ticketoffice. Roland Toch von Qenta ergänzt: „Dazu stellen

wir kostengünstig die Einhaltung der Sicherheitsstandards für Kreditkarten sicher.“

Über das Internet wird auch die Auslastung optimiert. Denn der Veranstalter erkennt frühzeitig, welche Termine schwächer gebucht sind, und kann Restkarten zu einem vergünstigten Preis offerieren.

Doch die Website dient nicht nur dem Verkauf, sondern auch der Kundenbindung. Gäste können sich über die Proben informieren oder im Onlineshop eine CD oder DVD als Erinnerung ordern. Bei Sportvereinen mit ihren vielen Dauerkarteneinhabern ist die Website noch mehr ein Kundenbindungsinstrument. Da stehen Informationen über Spiele und Athleten und der Fanshop im Mittelpunkt. *cst*

www.qenta.at

Michael Bratl: „Mit Mastercard Secure Code und Verified by Visa wird Onlineshopping noch sicherer, die Kreditkartendaten sind mit einem Passwort geschützt. Das funktioniert wie der PIN-Code der Maestrokarte“, erklärt der Produktmarketingexperte der Paylife Bank.

Kreditkarten mit Passwort

Christian Stemberger

economy: Der Einkauf im Internet wird immer beliebter. Warum?

Michael Bratl: Hier spielen viele Faktoren zusammen. Mittlerweile haben wir Kunden, die mit dem Internet aufgewachsen sind. Für die ist online einzukaufen genauso selbstverständlich wie etwa online zu spielen. Der Kunde erspart sich den Weg ins Geschäft und damit Zeit. Die Produktvielfalt ist größer und der Preisvergleich einfacher.

Auch die Kreditkarte wird immer beliebter. Zieht der Erfolg des Onlinehandels sie mit?

Nein, der Grund für die Erfolgsgeschichte der Kreditkarte ist die zunehmende Mobilität der Endverbraucher. Auf Auslandsreisen ist sie ein sehr unkompliziertes und daher beliebtes Zahlungsmittel. Dazu kommt der Versicherungsschutz, den Kreditkarten bieten.

Online kommen immer neue Zahlungsmittel dazu, verliert die Kreditkarte deswegen Marktanteile?

Nein, der Onlinehandel wächst insgesamt und die Kreditkarte be-



Als virtuelle Einkaufsstraße bietet das Internet größte Produktauswahl und einfachen Preisvergleich. Sichere Zahlungsmittel machen das Shopperlebnis perfekt. Foto: Bilderbox.at

hauptet ihren Marktanteil von mehr als 70 Prozent ohne Mühe.

Warum hat Sicherheit beim Onlineshopping eine so große Bedeutung?

Im Internet wird ein Kauf nicht Zug um Zug – also Ware gegen Geld – abgewickelt. Daher spielt die Vertrauensfrage eine noch größere Rolle als bei einem Einkauf in der realen Welt.

Was macht die Kreditkarte sicher?

Nur Händler, die einen Vertrag mit einer kartenausgebenden Bank haben, können auch Geld abbuchen. Allein die Existenz eines Kreditkartenvertrags beweist schon eine gewisse Seriosität des Händlers. Bei Vorauskasse beispielsweise hat der Kunde diese Gewissheit nicht. Dazu werden die Karteninhaber unterstützt, wenn Probleme auftauchen sollten – etwa wenn die Ware gar nicht geliefert wurde.

Welche Vorteile hat der Händler?

Der Kunde zahlt ja nicht bar, der Händler gewährt dem Kartenzahler also einen Kredit. Trotzdem muss er sich nicht darum kümmern, ob die-

ser Kunde über die notwendige Bonität verfügt und wie hoch das Risiko des Zahlungsausfalls ist.

Sie arbeiten daran, die Kreditkarte noch sicherer zu machen.

Richtig. Die großen Kreditkartengesellschaften haben schon vor längerem ein Zahlungsverfahren auf Basis der 3D-Secure-Technologie eingeführt: Mastercard Secure Code und Verified by Visa. Dabei gibt der Karteninhaber bei der Transaktion ein Passwort ein – ähnlich dem PIN-Code der Maestrokarte. Dadurch steigt sowohl die Sicherheit des Kunden, denn seine Kartendaten sind nun passwortgeschützt, als auch die Sicherheit des Händlers, da er für diese Transaktion eine Zahlungsgarantie erhält.

Wenn ein Händler 3D-Secure eingeführt hat, kann man bei ihm nur mehr mit 3D-Secure einkaufen?

Nein. Der Händler kann weiterhin mit Kunden abrechnen, die nicht für 3D-Secure registriert sind.

Ist die Registrierung für den Kunden kompliziert?

Das dauert nur wenige Minuten.

Sie pochen vehement auf die Einhaltung des Datenschutzstandards der Kartenindustrie, genannt PCI DSS, durch die Händler.

Ja, die sichere Verarbeitung und Speicherung von Kreditkartendaten ist für alle Beteiligten von großer Bedeutung. Die einfachste, kostengünstigste Lösung für den Händler ist hier, die Kreditkartendaten erst gar nicht selbst zu verarbeiten, sondern dies einem Zahlungsabwicklungsdienstleister zu überlassen.

Was würden Sie einem Händler, der auf größtmögliche Sicherheit Wert legt, noch empfehlen?

Schalten Sie Ihren gesunden Hausverstand ein! Wenn eine Kreditkarte in kurzer Zeit zehnmal hintereinander eingesetzt wird oder wenn aus Übersee eine Bestellung mit einem sehr hohen Warenwert eingeht, sollte der Händler immer Vorsicht walten lassen.

Wie kann der Händler hier den Überblick behalten?

Da bieten die Zahlungsabwicklungsdienstleister Monitoringsysteme an.

Zur Person



Michael Bratl ist für Produktmanagement und Marketing Business Development Acquiring bei Paylife verantwortlich.

Foto: Paylife Bank

Virtuelles Bargeld

Prepaid ist eine Alternative für Kunden, die im Internet einkaufen wollen, aber keine Kreditkarte besitzen. Die österreichische Paysafecard Group ist europäischer Marktführer bei Prepaid-Zahlungslösungen im Internet. Auch Interspar.at bietet diese Zahlungsform nun seinen Kunden an.

Christian Stemberger

Um neue Kundengruppen zu gewinnen, hat der Webshop Interspar.at die Prepaid-Zahlungslösung Cash-Ticket in sein Zahlungsmittelportfolio integriert. Die Onlinetochter des Handelsriesen eröffnet ihren Kunden damit die Möglichkeit, das ganze Onlinesortiment ohne die Angabe persönlicher Kontodaten oder Kreditkarteninformationen zu ordern und gleich zu bezahlen.

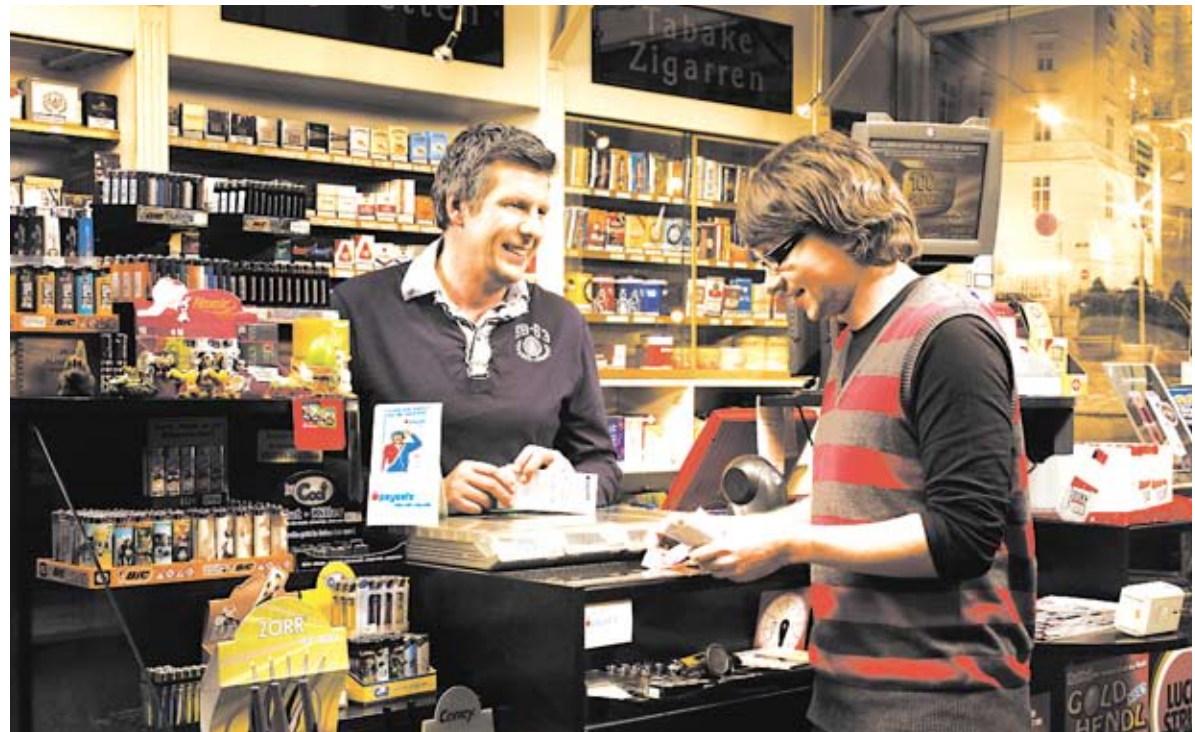
„Cash-Zahler“ können auf Interspar.at aus den Sortimenten Küche, Haushalt, Büro und Schreibwaren, Spielzeug und Baby, Elektronik, PC und Foto, Sport, Freizeit und DVDs wählen. Ab einem Bestellwert von 100 Euro wird die gewünschte Ware kostenlos nach Hause geliefert.

Zukunftsweisend

Der Aufbau eines Webshops zusätzlich zu den stationären Niederlassungen ist für Handelsunternehmen ein wichtiger strategische Schritt, denn der Onlinehandel gewinnt stetig an Bedeutung. Immer mehr Menschen nutzen das Internet. Laut Eurostat surft nahezu jeder zweite Europäer täglich durch das World Wide Web. 65 Prozent aller europäischen Haushalte verfügten im ersten Quartal 2009 über einen Internetzugang, 2008 waren es noch 60 Prozent.

Und auch Onlineshopping wird immer beliebter. 2009 haben 37 Prozent der Europäer im Alter von 16 bis 74 Jahren Waren oder Dienstleistungen über das Internet eingekauft. Gewisse Grenzen sind dem weiteren Wachstum im Onlinehandel durch die verfügbaren Zahlungsmittel gesetzt, da weniger als 35 Prozent aller Europäer eine Kreditkarte besitzen.

Die österreichische Paysafecard Group leistete im Jahr 2000 Pionierarbeit, indem sie das erste europä-



Wer auf Interspar.at einkaufen möchte, aber keine Kreditkarte besitzt, erwirbt einfach an der Tankstelle oder in der Trafik ein Cash-Ticket und bezahlt damit online. Foto: Paysafecard.com

ische Prepaid-Zahlungsmittel speziell für das Internet entwickelte, und ist heute europaweit Marktführer.

Michael Müller, dem CEO von Paysafecard, zufolge hat auch Brüssel die strategische Bedeutung von Prepaid für den Onlinehandel erkannt und fördert die Verbreitung dieses Zahlungsmittels.

Für jedermann

Inzwischen ist die Paysafecard Group in 23 europäischen Staaten präsent. Im Jahr 2009 wagte sie auch den Sprung nach Übersee und gründete eine Niederlassung in Argentinien.

Cash-Ticket ist europaweit bei rund 150.000 Verkaufsstellen – vor allem Trafiken, Lottoannahmestellen und Tankstellen – erhältlich und damit ein Internetzahlungsmittel für jedermann. Bezahlt wird mit einem 16-stelligen PIN-Code. So bleiben sensible persönliche Daten geschützt, und Nutzer wie Web-

shopbetreiber profitieren von einer schnellen, sicheren Abwicklung. „Cash-Ticket ist in seiner Handhabung so einfach, dass es mit Bargeld vergleichbar ist“, betont Müller. Das Prepaid-Zahlungsmittel wird in über 2000 Webshops akzeptiert – vornehmlich in Onlineshops wie Interspar.at. Aber auch Flug-

reisen und Ticketbestellungen sind mit Cash-Ticket möglich. Zudem ist diese Zahlungslösung für Kinder und Jugendliche interessant. Denn wer mit Cash-Ticket bezahlt, braucht auch kein Bankkonto. Ein wichtiger Faktor ist dabei die Kostenkontrolle. Mit Cash-Ticket haben die Eltern die Gewissheit, dass ihre Kinder nicht mehr Geld ausgeben, als sie besitzen. Paysafecard ist mit den vier Marken Cash-Ticket, Paysafecard, Yuna Prepaid Mastercard und Happy Schenkcard auf dem Markt präsent und wurde 2009 unter anderem mit dem Paybefore Award als „Best Prepaid Company Outside USA“ ausgezeichnet. Das Unternehmen verbuchte im letzten Jahr mehr als 25 Mio. Transaktionen und monatliche Absatzsteigerungen.

www.cash-ticket.com

„Das Bezahlen im Internet funktioniert mit Cash-Ticket wie mit Bargeld – einfach, schnell und sicher.“

MICHAEL MÜLLER,
PAYSAFECARD GROUP